

Internationale Märkte

Fach-Nummer <i>Course number</i>	Internationale Märkte
Fachstatus <i>Course status</i>	Pflichtfach Vertiefungsrichtung Internationales Management
Häufigkeit / Dauer <i>Frequency / Duration</i>	Wintersemester, 1 Semester
Zielgruppe <i>Target Group</i>	5. Semester Studiengang Betriebswirtschaftslehre, Vertiefungsrichtung Internationales Management
Kurzbeschreibung <i>Course description</i>	Gegenstand des Kurses sind die Dynamik internationaler Märkte und die sich daraus ergebenden Handlungsstrategien für Unternehmen. Der Kurs setzt bei den makroökonomischen Rahmenbedingungen des internationalen Handels, sowie den klassischen und neuen Konzepten der Handelstheorie an. Aufbauend darauf werden Strategien unternehmerischen Handelns entwickelt und diskutiert – Standortentscheidungen, Marktauswahlentscheidungen sowie Positionierungsstrategien im internationalen Wettbewerb.
Vorkenntnisse (empf.) <i>Prerequisites (recomm.)</i>	Marketing VWL Marktforschung Wirtschaftspolitik und internationale Wirtschaftspolitik Internationales Management
Arbeitsmittel <i>Required materials</i>	Literatur: Krugman/ Obstfeld: Internationale Wirtschaft, Pearson, aktuelle Auflage Beugelsdijk/Brakman/Garretsen/v.Marrewijk, International Economics and Business, Cambridge University Press, aktuelle Auflage Fuchs, Apfelthaler, Management internationaler Geschäftstätigkeit, Springer, aktuelle Auflage Daniels/ Radebaugh/ Sullivan: International Business - International Edition, Pearson, aktuelle Auflage Fallstudien und ausgewählte Artikel: OECD, IWF; WTO The Economist
Lehrresultate <i>Course outcomes</i>	Die Studierenden können Marktentwicklungen im internationalen Wettbewerb analysieren und erklären und die sich daraus ergebenden Handlungsoptionen unternehmerischen Handelns darstellen und deren Erfolgsaussichten beurteilen.
Inhaltsangaben <i>Course topics</i>	<ul style="list-style-type: none">• Makroökonomische Rahmenbedingungen:• Zahlungsbilanz und internationale Verflechtungen

- Klassische Handelstheorie und Wettbewerbsvorteile
- Standortentscheidungen und FDI
- Neue Handelstheorien und Implikationen für Wettbewerbsfähigkeit
- Marktauswahlentscheidungen und generische Strategien
- Ansätze zur Marktpositionierung
- Internationale Preispolitik

Lehrmethoden <i>Course methods</i>	Vorlesung mit seminaristischem Charakter
Lehr- und Prüfungssprache <i>Course and examination Language</i>	Deutsch
Besonderheiten <i>Special features</i>	Keine
Weiterführende Kurse <i>Related courses</i>	Keine
Verwendbarkeit <i>Applicability</i>	Auf Antrag anrechenbar im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
Umfang / Credits <i>Course structure</i>	4 – 0 – 5 (SWS Vorlesung – SWS Labor/Übung – Credits)
Arbeitsaufwand <i>Workload</i>	60 – 0 – 90 (SWS Vorlesung – SWS Labor/Übung – Selbststudium)
Leistungsnachweis / Dauer <i>Assessment / Duration</i>	Klausurarbeit 120 Minuten
Lehrpersonen <i>Lecturers</i>	Cabos, Hardkop
Verantwortlich <i>Coordinator</i>	Prof. Dr. Karen Cabos, Barbara Hardkop
Letzte Überprüfung <i>Last review</i>	November 2017